

***II Congreso Internacional en Ciencias, Tecnologías y Cultura.***

*Diálogo entre las disciplinas del conocimiento.*

*Mirando al futuro de América Latina y el Caribe*

***S i m p o s i o***

**Organizaciones Públicas y Privadas en América Latina y el Caribe:**

**Su Impacto y Desarrollo en la Región y el Mundo**

IDEA- UNIVERSIDAD DE SANTIAGO DE CHILE (USACH)

DEL 29 DE OCTUBRE AL 01 DE NOVIEMBRE DE 2010

**PROPUESTA DE TIPOLOGIA DE LOS RECURSOS INTANGIBLES EN  
INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR.**

Yilsy Núñez. G.  
Carlos Rodríguez Monroy.

**Resumen**

La presente investigación tiene como objetivo la identificación de los recursos intangibles que poseen las instituciones de educación superior en Latinoamérica, para constatar la tipología de dichos recursos que predominan en ellas y así facilitar su valoración y gestión. El basamento teórico lo proporciona la Teoría de los Recursos y Capacidades y las diferentes definiciones y categorizaciones de Capital Intelectual como expresión del conjunto de recursos intangibles de las organizaciones, a efectos de una mejor identificación de los mismos en las universidades. Para ello se plantea una investigación del tipo exploratorio/descriptivo, donde se aplica la técnica de estudio de casos. En los resultados se presenta una propuesta de tipología del Capital Intelectual, a partir de la consideración simultánea de varios criterios clasificatorios. Dicha propuesta pretende desagregar suficientemente los distintos tipos de Capital Intelectual en la búsqueda de una clasificación más universal y consensuada de los intangibles en las instituciones de educación superior en Latinoamérica.

**Palabras Claves:** Recursos Intangibles, Capital Intelectual, Universidades, Teoría de los Recursos y Capacidades, Latinoamérica.

**Aspectos introductorios**

En las últimas décadas se han ido produciendo una serie de cambios que han trasladado la importancia de las actividades que se llevan a cabo en las organizaciones para el logro de sus objetivos, hacia el ámbito de los intangibles, en todo los aspectos referentes a la gestión en las

Yilsy Núñez. G. Centro de investigaciones gerenciales de Guayana (CIGEG), Universidad Nacional Experimental de Guayana (UNEG).Venezuela.Investigador activo (CIGEG), Profesor UNEG, Doctoranda UPM. Teléfono 0058 4166872417. Puerto Ordaz Venezuela. nyilsy@hotmail.com

Carlos Rodríguez Monroy. Universidad Politécnica de Madrid. (UPM). España. Profesor Titular UPM. Teléfono 0034 915626200. José Gutiérrez Abascal N° 2 28006 Madrid. crmonroy@etsii.upm.es

organizaciones, se paso de una economía basada en la industrialización a una basada en el conocimiento.

No obstante, existen dentro de este grupo heterogéneo de actividades algunas consideradas neurálgicas dependiendo del tipo de organización y los fines que esta persigue. Por consiguiente, toda organización requiere de recursos para poder realizar sus funciones, por lo cual, la importancia que se le atribuye a los recursos ha sufrido transformaciones por la relevancia que ha tenido la teoría de los recursos y las capacidades, que ha trasladado la importancia a los intangibles organizacionales.

Las transiciones culturales han desembocado en la llama postmodernidad, sociedad de la información o sociedades del conocimiento, Según Leadbeater y Demos (1999) y Dzinkowski (2000) existen dos aspectos fundamentales que permiten identificar esta nueva economía, el primero es el incremento en la producción y consumo de bienes y servicios inmateriales, el segundo es la incorporación de más tecnología en los productos y servicios y son mas intensivos en conocimiento. Lo que hace que por productividad o competitividad el conocimiento sea un factor crítico en esta nueva economía.

Por consiguiente, las últimas investigaciones posicionan al conocimiento como el motor impulsador de esta nueva sociedad (Cowan y Van de Paal, 2000). Es por ello, que el conocimiento pasó a ser el recurso más valioso que poseen las organizaciones y el principal generador de valor, quedando relegados a un segundo plano los factores de producción tradicionales.

Las tendencias de management es hacia la integración de todos los recursos organizacionales, (Calegenen y Villagrana, 2006), por lo tanto los intangibles, tanto activos como recursos, intervienen en este tipo de gobierno, además potencian el valor estratégico de las organizaciones, y se ha vuelto imperativo el hecho de conocerlos, valorarlos y gestionarlos lo más eficientemente posible.

Las universidades, desde sus orígenes, se han caracterizado por la producción de intangibles, es decir, de conocimientos, por medio, fundamentalmente, de ese particular intangible que es el mismo conocimiento bajo la forma de capital humano, sin perjuicio del uso otros activos y recursos de carácter físico, tales como edificios laboratorios, bibliotecas, entre otros.

Esta realidad hace particularmente necesario, dentro de las universidades, detectar, conocer y gestionar los recursos, activos y actividades intangibles, para afirmar la efectividad y eficiencia del trabajo o labores que se realiza dentro la institución, en pro del mejor aprendizaje de conocimientos y valores de la sociedad, cada actividad intangible representa un nivel más de conocimiento, pues en ellas se asienta las bases del progreso y crecimiento en

cuanto a capacidades y habilidades. Por lo antes expuesto, esta investigación tiene como objetivo las categorías de recursos intangibles presentes en las universidades latinoamericanas.

Las universidades tienen una responsabilidad grande con la sociedad para preparar profesionales y para ello, los recursos que utiliza son en su mayoría intangibles, por lo que se pretenden estudiar y analizar con el objeto de adecuar la pertinencia de las titulaciones a las necesidades de las regiones y potenciar los procesos de investigación y desarrollo en búsqueda de respuestas innovadoras a los requerimientos del desarrollo sostenibles de las regiones.

Por todo lo anterior, esta investigación tiene como objetivo determinar las categorías de recursos intangibles presentes en las universidades venezolanas.

## **Marco Teórico**

### **Teorías de los recursos y las capacidades**

En la década de los ochenta, las premisas básicas de generación de ventajas competitivas sostenibles a largo plazo radicaban en los mercados de productos (Porter, 1980; Spanos y Lioukas, 2001). Estas premisas empiezan a ser cuestionadas principalmente por los seguidores del enfoque basado en los recursos. (Barney, 1991).

El enfoque de la Teoría de Recursos y Capacidades trata de explicar los motivos por los cuales las empresas, que desarrollan su actividad en el mismo entorno competitivo y que, estarían sujetas a los mismos factores de éxito identificados en el sector económico, obtienen niveles de rentabilidad diferenciados.

En consecuencia, el propósito del análisis de los recursos y capacidades es identificar el potencial de la empresa para establecer ventajas competitivas mediante la identificación y valoración de los recursos y habilidades que posee o a los que puede acceder, así como en sus diferencias y en la importancia que este hecho tiene para explicar la evolución de sus resultados. Se adopta, por lo tanto, una orientación interna más que externa, en la formulación de la estrategia de la empresa (Navas y Guerras, 2002: 183).

En general, se pueden considerar tres ideas básicas que sustentan el enfoque de recursos y capacidades (Navas y Guerras, 2002: 183-184).

La primera está basada en que las empresas son diferentes entre sí por razón de los recursos y capacidades que poseen en un momento determinado, así como por las diferentes características de los mismos (heterogeneidad). Además, dichos recursos y capacidades no están a disposición de todas las empresas en las mismas condiciones (imperfecta movilidad).

Esta doble consideración (heterogeneidad e imperfecta movilidad) permite explicar la diferencia de rentabilidad entre las empresas, incluso perteneciendo a una misma industria (Barney, 1991: 101; Peteraf, 1993: 180, 183; Ventura, 1996: 83).

En segundo lugar, se tiene la identidad de la empresa, que es definida y potenciada por los recursos y capacidades que esta posee, y que siempre están presentes en la definición de la estrategia que aplica, no obstante, cuanto más dinámico sea el entorno de la empresa, más sentido tiene basar su estrategia en los recursos y capacidades internos frente a hacerlo sobre consideraciones externas.

Por último, se tiene que el beneficio de una empresa es consecuencia tanto de las características competitivas del entorno (factores externos), como de la combinación de los recursos de que dispone (factores internos).

Por lo tanto, lo novedoso de esta teoría radica en la definición de la empresa no como una cartera de negocios sino como un conjunto único de recursos tangibles o intangibles (Suárez y Vicente, 2001: 68; Navas y Ortiz de Urbina, 2001: 37) que se vinculan a la empresa de forma semipermanente (Wernerfelt, 1984: 172), y por lo tanto, su potencial de resultados estará más relacionado con la disposición de recursos valiosos, escasos y difíciles de ser imitados o sustituidos por otros (Barney, 1991: 106- 111) que por su posición competitiva en su sector de actividad (Porter, 1980, 1985)

### **Recursos intangibles.**

Los primeros intentos en definir los recursos intangibles se dieron en la época de los 90, estas primeras definiciones se basaban en el capital intelectual, es decir en la ecuación que dice, que existe diferencia en el valor de mercado de una organización con respecto a su valor en libros, a esta diferencia se le llama capital intelectual, no obstante esta definición estaría incompleta pues el capital intelectual no está compuesto solo de objetos para ser sumados, la diferencia se puede deber a muchos otros factores. Por lo que esta definición es algo engañosa e incompleta.

Otros autores pretenden describir la naturaleza de los recursos intangibles realizando categorizaciones de los mismos sin antes tratar de definirlos, es decir los definen categorizándolos ejemplo; capital intelectual es capital humano, capital estructural y capital relacional, pero no se detienen a explicar lo que son en realidad. Kristandl y Bontis (2007). Esbozan que las investigaciones sobre intangibles padecen de un problema específico, la falta de terminología común. Lo que representa un obstáculo para las investigaciones sobre el

tema. En la evaluación de la literatura sobre el tema estos autores presentan los términos principales que se relacionan con los intangibles son:

**Cuadro 1**  
**Términos que se relacionan con intangibles.**

<b>Término</b>	<b>Definición</b>
Propiedad intelectual	Tiene que ver con las creaciones de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes y los dibujos y modelos utilizados en el comercio. Organización mundial de la propiedad intelectual. OMIP.
Activo intangible	Aquel recurso generador de futuros beneficios económicos, que está en posesión de la empresa y que, además, carece de sustancia física y tiene larga duración. SFAS número 3 (FASB, 1977) y SFAS número 142 (FASB, 2001)
Capital intelectual	Acumulación de conocimiento que crea valor o riqueza cognitiva poseída por una organización, compuesta por un conjunto de activos de naturaleza intangible o recursos y capacidades basados en conocimiento, que cuando se ponen en acción, según determinada estrategia, en combinación con el capital físico o tangible, es capaz de producir bienes y servicios y de generar ventajas competitivas o competencia esenciales para la organización en el mercado. Pulido (2007).
Capital de conocimiento	Capital de conocimiento es el saber que los resultados de la experiencia, información, conocimiento, aprendizaje y habilidades de los empleados o individuales de una organización o grupo.

Fuente: Elaboración propia.

En la revisión de la literatura se puede observar que los términos intangibles y capital intelectual, son utilizados de forma indistinta para referirse al mismo concepto. No obstante, el término intangibles se utiliza en la jerga contable y si se le ante pone la palabra activo, se convierte en un concepto restrictivo al campo de las inversiones, en cuanto al término capital intelectual se utiliza en el campo de los recursos humanos. Proyecto MERITUM (2002).

En este orden de ideas, según Ceballos, Sorrosal, Ramírez (2006), “intangibles” se predica de lo que no se puede o no debe tocarse, pero que dentro de un contexto empresarial y aplicado a los recursos o conjuntos de elementos disponibles para resolver una necesidad empresarial, “intangible” se refiere al mayor peso de la parte inmaterial en el valor económico del recurso. Finalmente, cuando el recurso se contabiliza, bien como activo (beneficios netos) o bien como pasivo (costos), el término intangible añade la posible indefinición de la partida contable.

Por su parte, Diefenbach (2006), De Gregori (1987) define Recurso como “Utilizable y útil a los seres humanos” visión antropológica que todavía es común en el pensamiento económico. También son definidos como una “relación funcional”, en estos términos el recurso representa algo que es completamente o en partes usado para lo mismo, es cualquier “cosa”, sin embargo el uso final es el que lo define y lo interpreta.

Tomando en cuenta las definiciones anteriores se podría decir que, recurso intangible es todo aquello de irrelevante existencia física, que es usado o potencialmente utilizable para cualquier fin, que es renovable después que se usa y no solo puede disminuir sino que puede permanecer y aumentar en cantidad y/o calidad mientras es usado.

Por consiguiente, se puede afirmar que los objetos intangibles tienen como características que son irrelevantes de existencia física, no se pueden tocar literalmente, no tienen indicadores espaciales ni de peso, por lo tanto la inexistencia física puede ser el primer criterio de caracterización.

El segundo criterio, es que todos los intangibles son renovables, después de que han sido usados, propiedad que comparten con algunos tangibles. Es una característica fundamental en ellos, más no se considera un criterio de diferenciación entre tangibilidad e intangibilidad.

En tercer lugar, los recursos intangibles parecen tener la habilidad de cambiar mientras se están usando. Otra vez esto es igual en los tangibles, la pregunta que la diferencia es ¿cómo cambian? Los recursos tangibles disminuyen solamente cuando son usados, mientras que los intangibles pueden incrementar su acción mientras son usados. Este criterio del posible aumento cuando se usa puede resultar el demarcador decisivo fundamental entre intangibles y tangibles.

## **Universidades**

La universidad es un sistema complejo dedicado a gestionar y transferir conocimientos en un medio de alta competitividad manteniendo la comunicación en su entorno para proveer la información necesaria sobre las disciplinas y tecnologías actuales.

En este orden de ideas, Bricall (2000) define las universidades como instituciones cuyas actividades se orientan en gran medida al enriquecimiento intelectual, moral y material de la sociedad, a través de la transformación de los ciudadanos, la realización de actividades de investigación y la consecuente aplicación de los resultados.

La anterior definición no estaría completa sin mencionar que los objetivos o funciones de las universidades según Martínez (2003) son la producción de investigación y la docencia de calidad, complementadas con la asistencia técnica y la extensión.

La universidades desde la perspectiva empresarial están ubicadas en el sector de servicios, puesto que proporcionan a la sociedad productos intangibles (enseñanza e investigación), Bricall (2000), por su parte Rey (1998) cuando cita a Lehtimaaak (1996) asegura que los productos ofrecidos por la universidad son “servicios de conocimiento” a lo que Rey llama “Servicios Básicos” que estarían asociados a los procesos de docencia e investigación. También menciona los “servicios Complementarios” asociados a los procesos de gobierno académico, gestión de recursos, gestión de servicios de apoyo, entre otros.

Los productos generados por las universidades son aprovechados por diferentes colectivos a los que se les puede denominar clientes, estos están divididos según Rey (1998) en dos categorías: los clientes directos y los indirectos.

Los clientes directos entonces serían todos aquellos que estén en contacto inmediato con la universidad, y para los que el beneficio recibido es directo. Los clientes indirectos son aquellos que perciben el impacto de las actividades de la universidad a través de los beneficiarios directos y pueden ser denominados “Agentes sociales” o “sociedad”.

Es así que, las universidades como cualquier organización empresarial, para cumplir con su misión debe controlar un conjunto de procesos propios de sus actividades, referidos a gobierno académico, academia y apoyo. Bricall (2000).

Los procesos académicos son el conjunto de actividades claves que permiten llevar a cabo la misión de docencia e investigación de la universidad; y estarán respaldados por los procesos de gobierno académico que ejecutan la función de dirección organizacional y los procesos de apoyo dados por la gestión de los principales recursos y el apoyo de la obtención de mayores beneficios. Procesos estos interrelacionados y orientados a satisfacer las necesidades del entorno y a fortalecer el flujo de información y colaboración entre universidad y sociedad.

### **Aspectos Metodológicos**

El esquema de investigación seleccionado, es del tipo exploratorio/descriptivo. Con una combinación de metodología cualitativa y cuantitativa. Aplicando la técnica del estudio de

casos que según Yin (1994), es una investigación empírica que estudia un fenómeno contemporáneo dentro de su contexto real. Por su parte, Yacuzzi (2005) explica que los estudios de caso son particularmente válidos cuando se presentan preguntas del tipo "cómo" o "por qué", cuando el investigador tiene poco control sobre los acontecimientos y cuando el tema es contemporáneo. Muchas de las preguntas de tipo "¿qué?" son exploratorias o descriptivas y se contestan realizando encuestas o consultando bases de datos. Las revisiones teóricas realizadas acerca del estado del arte y elementos conceptuales del tema objeto de estudio, contribuyeron a la estructuración y ejecución de la entrevista, encuestas y al proceso de recolección de la información. Estos instrumentos de recolección de datos fueron diseñados tomando en cuenta la categorización de recurso intangibles que realiza Diefenbach (2006), De Gregori (1987), El trabajo de campo se realizó durante el período comprendido enero-diciembre 2008. La elección de los actores a ser entrevistados se realizó de acuerdo con un perfil que se estableció al inicio de la investigación. La persona a entrevistar debía ser sujeto activo del personal directivo de una de las cinco universidades objeto de estudio. (Universidad del Cuyo-Argentina, Universidad distrital Fco. José de Caldas-Colombia, Universidad centro americana-Honduras, Universidad Peruana de ciencias aplicadas-Perú, Universidad Nacional Experimental de Guayana-Venezuela).

Este perfil sugiere seleccionar 2 personas por unidad administrativa y proyecto de carrera. Se realizaron 30 entrevistas por cada institución para un total de 150. Los datos por la aplicación de una encuesta se analizaron, se verificaron y se codificaron en una base elaborada utilizando EXCEL, se le calculó el coeficiente  $\alpha$  de Cronbach que dio un valor de 0,94. Y se realizó una triangulación para verificar la consistencia de los datos que se obtuvieron al aplicar los distintos instrumentos; en el caso de esta investigación se cruzaron los datos de la revisión del estado del arte, con los datos arrojados por la encuesta aplicada a los directivos de las universidades.

## **Resultados**

Se conformó un mapa de categorías constituido por contenidos cognitivos similares que pueden expresar adecuadamente la percepción, opinión, sentimiento o actitud del entrevistado respecto al tema indagado, y la cual puede a su vez contener otros elementos consistentes en propiedades deseables que describen la categoría con más amplitud, aumentando la comprensión de su significado.



Las categorías que describen los Recursos Intangibles en las Universidades latinoamericanas son:

Tabla 2  
Categorías de Recursos Intangibles

<b>Categoría</b>	<b>Definición</b>	<b>Tipo de Recurso</b>
Capital Humano	El que se vincula a una persona o individuo	Basado en el conocimiento tácito e integrado por las cualificaciones, experiencias, destrezas y habilidades, sentimientos individuales y valores, esperanzas y objetivos, salud del personal, el bienestar y la competencia individual de evaluar, decidir, actuar y comportarse de acuerdo a su personalidad, títulos y grados profesionales.
Capital social	Se refiere, tanto a las redes de relaciones que existen entre personas individuales unidas en grupos, como a las posesiones.	Relaciones personales informales, las normas sociales, los sentimientos y tradiciones entre la gente no regulada por contrato, los aspectos formales de relaciones, la confianza, compromiso, la entrega, expectativas, las obligaciones, ambiente de trabajo (Psicológicas contrato) competencias sociales (capacidad de para el discurso, los conflictos y cooperación) poder y reputación sobre la base personal características y producción intelectual de conocimientos o servicios.
Capital cultural	Están compartidos por dos o más personas pero no están vinculados con ninguna persona individual	Idioma, tradiciones culturales y patrimonio, rasgo nacional cultura institucional, clima de trabajo las normas sociales, valores, normas Derecho (legalmente protegidas).
Capital legal	Esta categoría describe a personas-puestos independientes en un sistema social y de responsabilidades y posibilidades exclusivas que surgen de tal puesto o papel	Roles, tipo de universidad, la posición institucional, poder, estatus y la influencia relacionados con una posición (Definición, la disposición, y la decisión de potencia) derechos y deberes relacionados a una posición.
Capital informativo	Es cualquier significado explícito de algo que puede ser identificado y demarcado por separado sin ser interiorizado	Datos (símbolos, signos), información, conocimiento explícito, propiedad intelectual, (Nombre de la institución y logo, marcas, dibujos, fórmulas, software

	necesariamente, compartido o comprendido por una o más personas individuales,	programas, derechos de autor patentes, licencias, cuota, dominios de internet, portales) regulada por contrato aspectos de las relaciones formales con grupos de interés. (derechos y deberes)
Capital arraigado.	Son los conocimientos explícitos arraigados en una estructura. No corresponde con ninguno de los atributos anteriores.	Infraestructuras inmateriales (Jerarquías, el gobierno, planificación, información, la comunicación, coordinación, administración, y el control de estructuras y procesos, canales de la contratación y las distribuciones) Áreas de conocimiento, programas que se imparten, actividades de investigación, conocimiento de la organización y habilidades basadas en las tecnologías y procesos de conocimiento incorporado a la producción de servicios o productos.

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar que debido a que en la literatura sobre el tema no existe consenso, se pueden categorizar los recursos intangibles siguiendo otros criterios de clasificación, sin embargo resulta evidente que toda organización que le otorgan la debida importancia a sus principales recursos estratégicos deberá familiarizarse con sus recursos intangibles de manera que pueden orientar el desempeño de los mismos sobre la base de generación de valor y la captación de fondos a los efectos de asegurar su funcionamiento en el tiempo.

## Conclusiones

Parte de los hallazgos encontrados como referente empírico de logros en la institución son las áreas estratégicas de resultados:

Partiendo de la literatura revisada se puede observar que los diferentes autores expone sus propias categorías de recursos intangibles, pero todas toman en cuenta los recursos y las capacidades y los elementos (capital humano, capital estructural, y capital relacional) del capital intelectual, en algunas categorizaciones se desagregan estos elementos, como es el caso de la que se tomo para el presente estudio que clasifica los recursos intangibles (capital intelectual) por su ubicación y que genero la tipología de intangibles que se presenta propia de una institución educación superior. En ella se representan intangibles de diferente naturaleza, cada uno de los cuales colabora de una manera determinada en el logro de los objetivos institucionales, interactuando entre sí. Además se puede asegurar que la existencia de

diferentes tipos de capital intelectual en las universidades puede ser altamente beneficiosa, ya que le proporcionan la posibilidad de obtener ventaja competitiva a la hora de obtener recursos que potencien su gestión.

### **Referencias Bibliográficas**

- Amit, R. & Schoemaker, P. (1993). Strategic assets and organizational rent. *Strategic Management Journal*, vol. 14, pp. 33.
- Barney, J. (1991), "Recursos Firma y ventaja competitiva sostenida". *Journal of Management*, Vol. Diario de Gestión, vol. 17, No. 1, pp. 99-120 17, No. 1, pp. 99-120
- Bricall, J. (2000). Informe Universidad 2000, Estudio encargado por la Conferencia de Rectores de Universidades Españolas (CRUE). [www.da.montes.upm.es/docs/bricall/bricall.htm](http://www.da.montes.upm.es/docs/bricall/bricall.htm) Boyd, E.
- Brooking, A. (1996): *Intellectual Capital. Core Asset for the Third Millenium Enterprise* (traducido por Juan Carlos Guix, 1997), Ediciones Paidós Ibérica, S.A., Barcelona.
- Bueno, E. Salvador, M. Merino, C. (2008). Génesis, concepto y desarrollo del capital intelectual en la economía del conocimiento: Una reflexión sobre el Modelo Intellectus y sus aplicaciones. *Estudios de Economía Aplicada*. Vol 26-2.
- Cañibano, L.; García-Ayuso, M.; Sánchez, M. P.; Chaminade, C.; Olea, M. Y Escobar, C. (1999): "Medición de intangibles: discusión de los indicadores seleccionados", Comunicación presentada al X Congreso AECA, Zaragoza, Formato CD.
- Ceballos, D. (2006). Métodos de valoración de recursos intangibles. IX Seminaire en Finances. IAFI universitat de Barcelona.
- Ceballos, D. Sorrosal, M. Ramírez, D. (2006). Tiempo y Memoria colectiva como recurso intangible: su valoración en Finanzas. *Tribuna económica*. Universitat de Barcelona. España.
- Coyne, K. (1986): «Sustainable competitive advantage: What it is and what it isn't», *Business Horizons*, January/February, pp. 54-61.
- Cowan, R; Van de Paal, G. (2000) *Innovation Policy in a Knowledge-Based Economy*, Final Report of the Expert Group, Marzo, pendiente de publicación.
- Cowan, R; Van De Paal, G; Sánchez, M. P. et al. (2000): *Innovation Policy in a Knowledge - Based Economy-A Merit Study* Comissioned by the European Commission Enterprise Directorate General, Publicación número EUR17023 of the Commission of the European Communities, Luxembourg (disponible en <http://www.cordis.lu/innovation-policy/studies/published.htm>).
- Davenport, T. and Lawrence P. (1998). *Working Knowledge: How Organizations Manage What They Know*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.

- Diefenbach, T. (2006). Intangible resources: A categorial system of knowledge and other intangible assets. *Journal of Intellectual Capital*, 7(3), 406.
- Dzinkowski, R. (2000): "The measurement and management of intellectual capital: An introduction". *International Management Accounting Study*, February, págs. 32-36.
- Edvinsson, L. y Malone, M. (1997): *Intellectual Capital. Realizing your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower*, traducido por Jorge Cárdenas, 1999, Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona.
- Edvinsson, L. Y Malone, M.S. (1999): *El capital intelectual: cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*, Gestión 2000, Barcelona.
- Fernández, Z. y Suárez, I. (1996): «La estrategia de la empresa desde una perspectiva basada en los recursos», *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 5, N.º 3, pp. 73-92.
- Grant, R. M. (1996): «Dirección estratégica. Conceptos, técnicas y aplicaciones», Civitas, Madrid.
- Hall, R. (1993): «A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage», *Strategic Management Journal*, Vol. 14, pp. 607-618.
- Hall, R. (1992): "The strategic analysis of intangible resources", *Strategic Management Journal*, N° 13: 135-144.
- Kaplan, R. y Norton, D. (1996): *The Balanced Scorecard: Traslating Strategy Into Action* (traducido por Adelaida Santapau, 1997), Ediciones Gestión 2000, S.A., Barcelona.
- Kristandl, G. Bontis, N. (2007). Constructing a definition for intangibles using the resource based view of the firm. *Management Decision*, 45(9), 1510. Retrieved September 11, 2008, from ABI/INFORM Global database. (Document ID: 1373477391).
- Lev, B. (1996): "The boundaries of financial reporting and how to extend them", Working Paper, University of California at Berkeley.
- Lev, B. (2001): *Intangibles: Management, Measurement and Reporting*, The Brookings Institution Press.
- Leadbeater, C; Demos, L. (1999): "New Measures for the New Economy" en OECD Web, paper presented in the MERITUM Technical Meeting, Amsterdam, 9-10 June.
- López, J. (1996): «Los recursos intangibles en la competitividad de las empresas. Un análisis desde la teoría de los recursos», *Economía Industrial*, N.º 13, pp. 25-32.
- Mahoney, J. y Pandian, R. (1992): The resource-based view within the conversation of strategic management, *Strategic Management Journal*, Vol. 13, pp. 363-380.

- Marqués, P. (2000): “Impacto de las TIC en la enseñanza universitaria”; trabajo presentado en el Seminario organizado por el grupo de trabajo CCUC (Cambio de Cultura en las UAB); <http://dewey.uab.es/pmarques/ticuniv.htm>.
- Martínez, M. (2003). La medición de la eficiencia en las instituciones de educación superior; Fundación BBVA, Bilbao.
- MERITUM (2002): Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles. Informe de Capital Intelectual, Fundación Airtel Móvil, Barcelona.
- Morales, V. Medina, E. Álvarez, N. (2003). La educación superior en Venezuela. Informe 2002 a IESALC- UNESCO. Caracas.
- Navas, J. y Guerras, L. (2002): «La dirección estratégica de la empresa. Teoría y aplicaciones», Civitas, 3.a edición, Madrid.
- Peteraf, M. A. (1993): «The cornerstones of competitive advantage: A resource-based view», Strategic Management Journal, Vol. 14, pp. 179-191.
- Porter, M. E. (1980): «Competitive strategy», The Free Press, Nueva York.
- Porter, M. E. (1985): «Competitive advantage», The Free Press, Nueva York.
- Pulido, A. (2007). Una revisión de conjunto de la economía de los intangibles. Estudios de economía aplicada Vol. 25-3, 2007. P Á G S. 591-602.
- Rey, A. (1998): Cómo gestionar la calidad en las universidades. El modelo Europeo de Excelencia universitaria; Club Gestión de Calidad, Madrid. Thousand Oaks, CA.
- Roos, G. y Roos, J. (2002): History of Intellectual Capital. Intellectual, Capital Services, Londres (disponible en [www.http://www.intcap.com](http://www.intcap.com) 10/03/2003),
- Sánchez, M. P.; Elena, S. y Castrillo, R. (2008): “Discussing the dynamics in Intellectual Capital in Universities. A model for reporting”, Journal of Intellectual Capital, próxima aparición.
- Spanos, Y. y Lioukas, S. (2001). An examination into the casual logic of rent generation: contrasting porter’s competitive strategy framework and the resource based perspective. Strategy management journal, 22.
- Sveiby, K. (1997): The New Organizational Wealth. Managment and Measuring Knowledge - Based Asset (traducido por Ana García Beltrán, 2000), Ediciones Gestión 2000, S.A.
- Ventura, J. (1996): Análisis dinámico de la estrategia empresarial: Un ensayo Interdisciplinar, Universidad de Oviedo, Oviedo.
- Viedman, J. (2003). Los pasivos intangibles y el capital intelectual en la universidad pública española. Ponencia congreso internacional virtual de intangibles. Disponible en: <http://www.rediris.es/list/info/act-int.es.html>.

Villafañe, J. (2005). La gestión de los intangibles empresariales. Revista comunicación y sociedad 8.indd.

Yacuzzi, E. (2005). El estudio de caso como metodología de investigación: teoría, mecanismos causales, validación. Disponible en:  
<http://www.cema.edu.ar/publicaciones/download/documentos/296.pdf>

Yin, R. (1994). Case Study Research: Design and Methods. Sage Publications.

Wernerfelt, B. (1984): «A resource-based view of the firm», Strategic Management Journal, Vol. 5, pp. 171-180.